Guerra Psicológica

El fin de la guerra psicológica es destruir la moral del enemigo para lograr la victoria militar y para ello se emplean dos métodos diferentes, uno el militar y otro el político. El método militar se practica en los campos de batalla, directamente contra el combatiente, mientras que el método político se dirige hacia la retaguardia, básicamente contra la población civil.

Desde antes de 1939 se practicó la guerra psicológica, pero durante la Segunda Guerra Mundial, tomó características de ciencia, debido a que se pudieron emplear técnicas, que no se usaron antes, debido a las limitaciones que imponía el desarrollo tecnológico de la época. Pero, aparte de las ventajas que otorgaba la tecnología, la sutileza y el refinamiento de los métodos empleados, hizo que las actividades en este campo tomaran características muy especiales durante la Segunda Guerra Mundial.

Método Militar de Guerra Psicológica

- La arenga militar
- Altoparlantes (Megáfonos)
- Radiodifusión
- Panfletos

La arenga

La arenga es un discurso solemne utilizado para elevar la moral de las tropas antes de ir a la batalla.
En el siglo 19, momentos antes de la Batalla de Ayacucho, donde se sella la libertad de América del Sur, el General Sucre arenga a las tropas:

"Soldados! De los esfuerzos de hoy depende la suerte de la América del Sur. Otro día de gloria va a coronar vuestra admirable constancia."

Y en las postrimerías de la batalla, donde 6000 patriotas con 4 piezas de artillería, vencen a más de 9000 realistas con 14 cañones, el General Miller arengando a su caballería ordena el ataque que termina con la resistencia española:

"!Adelante! !Armas a Discreción! !Paso de Vencedores!"

Los tiempos han cambiado, las batallas son diferentes y las arengas también. Los generales en jefe no tienen la posibilidad de arengar directamente a todas las tropas, al estilo de siglos pretéritos. Sin embargo los generales sí dan el apoyo moral necesario para impulsar a los hombres hacia la victoria.
En estas épocas, los comandantes en jefe se muestran en el frente en todo momento y conversan con las tropas. Como decía el General Patton, los generales deben dirigirse al frente adelantando a las tropas que siguen el mismo camino y cuando regresa, debe tomar una ruta no utilizada por los hombres que van al combate, para evitar el efecto que puede dar en las tropas de que el general se dirige a retaguardia. En esas circunstancias el comandante en todo momento arenga a las tropas aunque hoy con un toque menos académico, como cuando también Patton le contestó a un soldado que le preguntaba "¿Adonde va general?" y Patton le respondió con su estilo particular:

"A Berlín, a patearle el culo, al hijo de perra, pintor de brocha gorda."

De acuedo con Patton, tal vocabulario hace más efecto en la tropa, que el uso de palabras rebuscadas que el soldado común y corriente no entiende.



En la foto, el día de la Invasión de Normandía, el General Dwight Eisenhower arenga a los paracaidistas que serían lanzados en la retaguardia alemana antes de la invasión. Dramático momento, sabiendo que la mayoría de esos soldados no regresarían con vida.

Los Altoparlantes (Megáfonos)

Entre las técnicas empleadas en el campo militar se encontraban el uso de altoparlantes con gran potencia (Megáfonos), que en el frente de batalla se usaban para emitír consignas y arengas desmoralizadoras dirigidas al enemigo. Ejemplo de esto se dio en Stalingrado donde los soviéticos utilizaron grandes altavoces orientados hacia las tropas alemanas cercadas que emitían continuamente hora tras hora:

"...tic, tac, tic, tac, tic, tac, tic...
Cada 7 segundos muere un soldado alemán...
Stalingrado fosa común...
tic, tac, tic, tac, tic, tac, tic.."

Junto con la grabación, a lo largo del frente se escuchaban disparos de fusil, los que generalmente eran disparados al aire, pero reforzaban el efecto desmoralizador entre los soldados menos experimentados o los más debilitados.



Japoneses y chinos también echaron mano de esa técnica que fue utilizada, por los primeros, de manera muy extendida en el Pacífico. Posteriormente los chinos usarían ese método de guerra psicológica en la guerra de Corea donde además de propalar largos discursos dirigidos a doblegar a las tropas estadounidenses emplearon potemtes altavoces para emitir marchas con trompetas. Desde entonces, y en la actualidad, tal método se sigue

empleando como arma en todos los ejércitos del mundo, con muy buenos resultados.



Tanque equipado con sistema de "Public Address"

Otra de las funciones de los megáfonos dirigidos al enemigo era connminar a la rendición, o darle instrucciones a los civiles, pero también se usaban para la emisión de órdenes para las propias tropas.

La Radiodifusión

El empleo de las emisiones radiales, para la época, constituyó el refinamiento extremo de la propaganda llevado a cabo por Joseph Goebbels, Ministro de Propaganda alemán, quien intuyendo el poder de penetración de tal medio, dio un tremendo impulso, por un lado a la investigación para el desarrollo de mejores y más potentes transmisores, y por otro al diseño de receptores muy eficientes y de muy bajo costo, para ponerlos al alcance de toda la población, especialmente la rural y la de muy bajos recursos económicos.

Si bien es cierto, que esta técnica que fue utilizada por el "maestro de la propaganda" desde antes de la guerra con fines netamente políticos, especialmente dirigidos hacia la población alemana primero y luego hacia los países vecinos, resultó ser un arma muy importante durante la guerra también en manos de los Aliados quienes no dejaron de aprovechar la experiencia alemana dirigida hacia sus propios países.

Radio receptor "Deutschen Kleinempfänger DKE ", 1939.



Fue a partir de 1939, que con mejor motivo, la radio fue extensamente empleada para desmoralizar a las tropas en todos los frentes, en especial en el Pacífico donde las enormes distancias podían ser fácilmente salvadas mediante la radiodifusión. Ejemplos claros de ello, son las emisiones de la Rosa de Tokio, de Axis Sally y Mister Chow-Chow, entre otros.

Los Panfletos

Los panfletos han sido el medio de distribución propagandístico por excelencia, desde que se inventó la escritura. En la antigüedad se publicaban bandos para que la población se enterara de las ordenanzas emanadas de sus gobernantes. En esos tiempos eran hechos a mano, uno por uno, leídos por mensajeros que los llevaban de villa en villa o puestos en paredes en las ciudades, o pegados a los árboles en el campo. Con el advenimiento de la imprenta, la distribución de la información se comienza a realizar de mano en mano, gracias a la posibilidad que daba el invento de Gutemberg de crear panfletos en número suficiente para hacerlos llegar a la población. De ahí nace el periodismo, los diarios y las revistas, pero no obstante, la distribución de panfletos parece que continuará por siempre como un eficiente y económico medio propagandístico.

Durante la guerra, todos los bandos lanzaron panfletos en las ciudades y en los campos de batalla con el propósito de destruir la moral del enemigo y lograr luego la victoria militar. Se emplearon los más diversos métodos y las más depuradas técnicas con el fin de lograr el propósito perseguido y eso incluía la propaganda negra.

Propósito del Panfleto

Los panfletos se lanzaban desde aviones, durante una incursión especialmente planificada con ese propósito o después de un bombardeo, también mediante cañones, obuses, morteros, lanza cohetes, globos aerostáticos etc.

Se podían lanzar simples hojas de papel con algún texto específico o como continuación de una campaña de descrédito, de denuncia ante supuestos actos dolosos, generalmente en contra de políticos o gobernantes del país

enemigo, o en general para quebrantar la moral de la población o inducir a la deserción y al sabotaje.



Anverso y reverso de un panfleto lanzado por los británicos en Alemania incitando a la rendición y que luego fue devuelto en versión modificada y el texto cambiado, aunque con el mismo diseño de la carátula, haciendo burla del panfleto original. El reverso de la versión inglesa, muestra partes de la Convención de Ginebra relacionada con el tratamiento a los prisioneros.

Contenido Disuasivo del Panfleto

Algunos panfletos contenían textos disuasivos como el que sigue que fue lanzado por los alemanes, el 10 de mayo de 1940, en Holanda...



Waarschuwing!

Aan de Nederlandsche Burgerbevolking!

Burgers van Nederland, doe niet mede aan daden van sabotage!

De opmarsch van het Duitsche leger is niet meer tegen te houden!

Groote deelen van Nederland zijn reeds bezet!

Iedere tegenstand is nutteloos!

Laat U niet verleiden tot daden van sabotage zooals het doorsteken van dijken, het opblazen van bruggen en het aanleggen van wegversperringen. Zulke daden hebben geen zin, daar het Duitsche leger over voldoende technische hulpmiddelen beschikt.

Neemt geen deel aan een oorlog, die U niet aangaat!

Vernielt niet zelf uw eigen mooie land, maar bewaart rust en orde!

Burgers, die door de Duitsche troepen op daden van sabotage zooals het doorsteken van dijken, het opblazen van bruggen of het aanleggen van wegversperringen betrapt worden, hebben de DOODSTRAF te verwachten!

Burgers van Nederland, wij waarschuwen U!

10 Mei 1940

La traducción de la versión resumida a su vez traducida al inglés, dice:

<u>Advertencia!</u>
A la población de Holanda!
No tomen parte en sabotajes en contra del Ejército Alemán! Ustedes no pueden detener al Ejército Alemán! Grandes extensiones de Holanda ya están ocupadas! Toda resistencia es inútil! No tomen parte en actos de sabotaje, como destrucción de diques, voladura de puentes o bloqueo de caminos. Estos actos son inútiles porque el

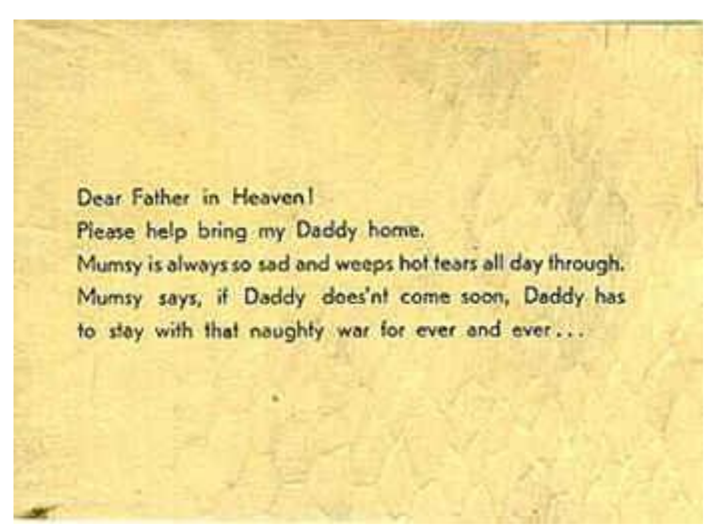
Ejército Alemán tiene
cantidades de recursos
tecnológicos enormes para
contrarrestarlos.
No tomen parte en una guerra
que no es de ustedes!
No destruyan a su propio país,
y mantengan la calma! Los
civiles capturados en acciones
de sabotaje, sólo conseguirán
un CASTIGO MORTAL!
**Civiles de Holanda, están
ustedes advertidos!**

Propaganda Negra

Este es otro ejemplo de propaganda negra del tipo más malévolo que pueda uno imaginar. Suponga usted que se encuentra atrincherado en el frente mientras un violento bombardeo enemigo trata de ablandar las líneas antes de un asalto. No se trata de valentía ni coraje. A menos que sean veteranos, los hombres quedan temblando, orinándose y defecándose en los pantalones, muchos llorando, otros vomitando, el que menos queda petrificado o entra en pánico y todos encomendándose a Dios, en lo que puede ser su último día en la tierra. Finalmente, la última salva hace llover una nube de panfletos que tienen, por un lado la imagen de una niña, que puede ser una hija, una hermana menor, una prima o una sobrina y en el reverso un mensaje que dice:



"Por favor ayuda a traer a casa a mi papá."



Dear Father in Heaven!
Please help bring my Daddy home.
Mumsy is always so sad and weeps hot tears all day through.
Mumsy says, if Daddy does'nt come soon, Daddy has
to stay with that naughty war for ever and ever . . .

Querido Padre que estás en el Cielo:
Mamá está siempre muy triste, derramando muchas lágrimas el día entero.
Mamá dice, que si papá no viene pronto,
papá se quedará en esa horrible guerra para siempre, jamás..."

Las consecuencias son imaginables y es ahí donde la disciplina y el entrenamiento, cumple su función fundamental, que es preservar la vida de los hombres.

La Propaganda en Francia

Por parte de los aliados, el primer intento de atacar psicológicamente a Alemania fue un completo disparate. Fue en Bélgica -en 1939- donde los franceses distribuyeron grandes cantidades de dinero entre la prensa francófila, por iniciativa de Henry Torres, quien dirigía la propaganda francesa en ese país. Por su lado, el consejero de asuntos franceses en el Ministerio de Asuntos Extranjeros de Alemania, Otto Abetz, distribuía con suma cautela los recursos financieros entre los medios de prensa neutralista y nunca lo hizo directamente, sino por medio de intermediarios. Por otro lado, siempre tuvo el cuidado de no involucrarse abiertamente con la prensa germanófila.

A mediados del año de 1940, el General DeGaulle hace un llamado a la población francesa, por la BBC de Londres, sobre unos afiches pegados en la capital gala. DeGaulle pide la movilización de los franceses contra el derrotismo, contra la ocupación alemana y contra el Gobierno de Vichy. El general se pronuncia claramente sobre el mantenimiento de la alianza con los británicos en la lucha común contra los alemanes.

Después de la firma del Armisticio en junio de 1940, con la instalación del gobierno francés en Vichy, siguen unos acontecimientos militares que culminan con la destrucción de la flota francesa en Mers-el-Kèbir, luego una tentativa de desembarque de ingleses y gaullistas en Dakar; en general, la destrucción del poder naval francés, entonces neutral, que sólo buscaba darle seguridad a sus colonias francesas alrededor del mundo y que además no mostraba signos de ser una amenaza para los Aliados. Como respuesta a esos hechos, se desata una campaña antibritánica y en especial contra Churchill, mucho antes del asalto británico a la base militar francesa de Diego Suárez en Madagascar, que muestra el repudio de los franceses ante las agresiones británicas.

La propaganda antibritánica, después de la derrota francesa, es impulsada por el gobierno francés de Vichy y el Ministerio de Propaganda en Berlín, que aprovecha las acciones militares británicas contra la flota francesa y los intereses franceses de ultramar, para volcar el sentimiento patriótico nacional en contra de la Gran Bretaña. La campaña en sí, generada en plena Batalla de Inglaterra, si bien menciona a DeGaulle esporádicamente, va dirigida contra el gobierno de Londres y en especial contra Winston Churchill.

En esos momentos, a De Gaulle el Ministerio de Propaganda alemán no lo considera peligroso para su causa, se dice que Goebbels lo tilda de gracioso e

inofensivo, pues sabe que al general francés no lo toman muy en cuenta en la capital británica.

En busca de lograr un efecto psicológico importante, la propaganda se centra en el bloqueo, que afecta el consumo de los franceses, el ataque a la flota francesa y contra el Imperio Británico, que además de las acciones navales mencionadas, más tarde tuvo actos de agresión contra los intereses franceses en Siria y el Líbano.

Pero, los propios franceses tampoco hicieron mucho para que las cosas fueran diferentes. El propio Primer Ministro Paul Reynaud cometió una serie de errores en el manejo de sus declaraciones. La primera fue antes de la guerra cuando aseveró que la ganarían por ser los más fuertes. Los hechos demostraron que los más fuertes eran los alemanes. La segunda más recordada, fue cuando, con acierto, trató de impedir que el hierro de los países escandinavos fueran directamente a nutrir la industria de guerra alemana. Para ello buscó el apoyo británico en Londres e inmediatamente se apresuró a declarar que la ruta del hierro estaba cerrada. Poco después, Alemania invadía Noruega y efectivamente cerraba la puerta, pero para los Aliados.

La propaganda, aprovecha la situación para poner otros ingredientes en juego, como la amenaza de la Unión Soviética y la amenaza judía en Europa. Por tanto aparecen referencias a los "judeo-bolcheviques" asociados al gobierno británico. En Francia, los sentimientos antibritánicos se mantienen vivos durante todo el conflicto. Todas las ocasiones son perfectas para incentivar la simpatía que aún pudiera quedar entre los franceses, por el antiguo aliado.

La Propaganda en Alemania

Una de las armas más poderosas en la guerra (y en la paz) es la propaganda. En la paz, el que no hace propaganda no vende y en la guerra, el que no hace propaganda tiene la contienda perdida.

Goebbels maestro de la propaganda

Durante la segunda Guerra Mundial, todos los contendientes hicieron uso de esta poderosa arma en los diversos frentes de batalla. Sin que quede ninguna duda al respecto, el más famoso especialista en ese arte fue Joseph Goebbels, Ministro de Propaganda del Reich, quien acuñó, entre otras, la

famosa frase convertida en dogma, que en la actualidad es muy bien utilizada por los políticos y la prensa amarilla:

"Di una mentira mil veces y se convertirá en verdad."

La propaganda, como parte de la guerra psicológica, llegó a tener características de ciencia durante la Segunda Guerra Mundial. El fin de la guerra psicológica es destruir la moral del enemigo para lograr la victoria militar y para ello se emplean dos métodos diferentes, uno el militar y otro el político. El militar se practica en los campos de batalla, directamente contra los combatientes, mientras que el político se realiza en la retaguardia, básicamente contra la población civil. Desde antes de 1939 y después de 1945 se practicó la guerra psicológica, que finalmente desembocaría en la Guerra Fría.

Radio y Televisión

La guerra psicológico-política se practicó desde mucho antes de la guerra, gracias a la ayuda que brindaba la prensa escrita y sobre todo la radio, que era el único medio de teledifusión existente, aunque en Alemania si existía la televisión, debido a sus características de cobertura, impedía la acción hacia los países potencialmente enemigos. Lo opuesto ocurría con la radio, que era el medio de difusión por excelencia que hacía posible ejercer influencia desde un país a otro y aún de continente a continente.

Sólo Alemania estaba preparada

Antes de 1939 y en los comienzos de la guerra, ni Inglaterra, ni Francia estuvieron preparadas en el campo de la propaganda, a diferencia de Alemania que poseía un sistema científicamente desarrollado para ese fin. Desde antes de 1939 Alemania desató una avalancha de propaganda radial dirigida a todos sus vecinos, en especial a Polonia, Francia e Inglaterra. Incluso frente a la Línea Maginot, Alemania instaló poderosos altoparlantes que se emplearon para minar la resistencia de los franceses, con gran éxito por cierto.

Primer intento Aliado

Por parte de los aliados, el primer intento de atacar psicológicamente a Alemania fue un completo disparate. Fue en Bélgica -en 1939- donde los

franceses distribuyeron grandes cantidades de dinero entre la prensa francófila, por iniciativa de Henry Torres, quien dirigía la propaganda francesa en ese país. Por su lado, el consejero de asuntos franceses en el Ministerio de Asuntos Extranjeros de Alemania, Otto Abetz, distribuía con suma cautela los recursos financieros entre los medios de prensa neutralista y nunca lo hizo directamente, sino por medio de intermediarios. Por otro lado, siempre tuvo el cuidado de no involucrarse abiertamente con la prensa germanófila. La peor iniciativa francesa fue acuñar el slogan "Venceremos, porque somos los más fuertes."

La importancia de los medios

Es importante señalar que Joseph Goebbels fue Ministro de Propaganda desde 1933 y llevaba un bagaje de conocimientos puestos a prueba durante los años de lucha por conquistar el poder. El Ministerio de Propaganda se creó especialmente para él. La prensa alemana estaba completamente a favor del Nacionalsocialismo, pues la oposición había sido aniquilada. La radio, el más poderoso medio de comunicación de la época, estaba bajo el control de Goebbels y fue impulsado con el mejoramiento de las estaciones emisoras y el desarrollo de receptores muy económicos que estuvieran al alcance de cualquiera. Formaba parte de los medios de difusión de ideas el cine, que jugó un papel muy importante, sobre todo en los años de pre-guerra y también en plena conflagración. En Gran Bretaña el propio Churchill se preocupó directamente en conseguir financiamiento para la producción de películas. La BBC se convirtió en la abanderada de los Aliados y era escuchada en todo el mundo.

Charlie y su Orquesta



"Charlie and his Orchestra" fue un grupo de swing creado por el Ministerio de Propaganda Alemán para desmoralizar a británicos, estadounidenses y canadienses durante los años 30 y 40. Aunque el jazz no era precisamente una expresión musical del agrado del Partido Nacionalsocialista, que la prohibió, Joseph Goebbels utilizó esa música como herramienta de propaganda a partir del momento en que Hitler asumió el poder en Alemania y Goebbels el cargo de Ministro de Propaganda del Tercer Reich, función para la cual el astuto y experimentado periodista Goebbels, estaba más que capacitado.

Lutz Templin

Siendo un convencido del poder de la Radio como medio de propaganda, Goebbels montó una extensa red de potentes emisoras, mediante la cual cubría Alemania, Europa y también el resto del mundo. Al comenzar la guerra, contrató a Lutz Templin un saxofonista y director de orquesta que dominaba el inglés, en especial los términos coloquiales, y le dio como misión recomponer canciones populares de los países de habla inglesa, lógicamente cambiándoles la letra para usarlas para desmoralizar al enemigo.

Karl "Charlie" Schwedler

La orquesta dirigida por Templin estaba compuesta por Willy Berking, trombón, Franz Mück y Primo Angeli, piano, Walter Leschetitzky, violín, Charly Tabor y Nino Impallomeni, trompeta, Benny de Weille, clarinete, Meg Tevelian, guitarra, Mario Balbo, saxo tenor, Otto Tittmann, en el bajo y muchos otros que fueron incorporandose año tras año. Tenía como primera voz a Karl Schwedler un barítono que también dominaba el inglés y ayudaba a Templin a escribir los versos y animaba el programa. La voz femenina era Evelyn Leschetitzky esposa del violinista. Muchos de los músicos fueron reemplazados durante la guerra debido a que debían prestar su servicio militar pero siempre Templin se las arreglaba para seleccionar los

reemplazantes que nunca cambiaron el estilo de la orquesta. Se incorporaron, músicos tanto alemanes como belgas, italianos, cubanos, franceses y otros. Para mantenerse informados sobre los nuevos temas de moda en otras partes del mundo, siempre había alguien enviado a países ocupados, o a Londres a través de España y Portugal para coleccionar las últimas canciones de moda a las que Lutz Templin y Karl "Charlie" Schwedler le cambiaban la letra.

La Orquesta de Charlie era muy buena en su género, como lo fueron otras de su tipo en Europa y por eso pronto se hicieron populares en los países a los cuales iba dirigida la propaganda. Para algunas personas lo que les gustaba era el ritmo, pero hacían poco caso al contenido de los versos o las parodias y chistes políticos, los cuales eran tomados con buen humor. Sin embargo para los más conservadores, en especial los británicos, las composiciones y chistes del popular Charlie no les hacían ninguna gracia.

La idea de Goebbels rindió sus frutos por el irresistible "swing" que además estaba muy de moda en los años 30. Sin embargo como sucede con la propaganda política, muchas veces se revierte como un boomerang (se puede recordar por ejemplo los panfletos británicos que pedían "tu sacrificio" para lograr "nuestra victoria"), la música de Charlie también comenzó a gustar en Alemania y los países ocupados, asunto que sin duda le causaba a Goebbels muchas indigestiones.

Sin fallar ni una vez, Lutz Templin y Charlie programaban para las 21:00 de los miércoles y sábados, el programa "Political Cabaret" o "Charlie y su gang" programas con un extenso repertorio de parodias, música y noticias que se propalaban por radio en ondas medias y cortas, mientras alrededor del mundo muchos miles de radioescuchas esperaban ansiosos para poder escuchar el programa. Populares canciones de Parker, The Andrews Sisters, Hellen Forrest, Paul Whiteman, Irving Berlin, Vera Lynn y Louis Armstrong eran favoritas de Lutz Templin para cambiarles las letras cargadas de ironías, burlas y sádicas premoniciones. Goebbels se encargaba personalmente junto con otros expertos de instruir a Lutz Templin gracias a su profundo conocimiento de la psicología humana y las técnicas de propaganda para manipular a las masas. Hasta los comienzos de la Segunda Guerra Mundial en ninguno de los países aliados anglosajones se empleaban tales técnicas, pero

fueron copiadas y perfeccionadas por ellos durante la Segunda Guerra Mundial y utilizadas ampliamente durante la Guerra Fría.

En plena guerra, además de las canciones con letras modificadas, creaba algunas nuevas y las incluía junto con noticias sobre eventos ocurridos, ciertos y falsos siempre intercalados con jazz y especialmente swing formando la programación diaria. Tuvo tanto éxito el programa que pronto decidieron vender grabaciones con la banda de swing produciendo así los discos de "Charlie y su Orquesta". Su primera grabación para K&M fue "The sheik of Arabia" con clarinete y mandolina.

Los personajes preferidos para burlarse de ellos eran obviamente Churchill, Roosevelt y algunos otros personajes de la política de Gran Bretaña, Canadá y Estados Unidos. Además incluían con buena dosis de sarcasmo alusiones odiosas a judíos y negros, aprovechando la fuerte discriminación racial existente en Estados Unidos en aquella época, en especial dentro de las fuerzas armadas y en los estados sureños. "F.D.R. Jones" fue recompuesta como "Franklin D. Roosevelt Jones", pero Churchill fue uno de los personajes preferidos de "Charlie". "South of the Border" estuvo dedicado a al Primer Ministro, pero contrario a lo que se puede pensar, a Sir Winston le gustaba mucho escucharlas, en especial la canción "The man with the big cigar" cuyos versos decían:

"The man with the big cigar"
"Who is that man with the big cigar,
who's greatest friend is the USSR.
He's known around from near and far
That actor man with the big cigar.
He puffs away
every night and day
with a twinkle in his eye
and all the while behind that smile
lurks many an untold lie
Down Whitehall way
you'll see his car
He's here, he's there, he's everywhere,
that friend of the USSR"

Traducción libre
¿Quién es el hombre del gran cigarro?
¿Quién es el gran amigo de la URSS?
Él es conocido aquí y allá
Él es el gran actor con el gran cigarro.
Él fanfarronea noche y día
cada día y cada noche
con un guiño en su ojo
y todo lo que hay detrás de su sonrisa
donde sólo esconde una mentira
Camino a Whitehall
podrás ver su automóvil
está aquí, está allá, está en todo lugar
ese amigo de la URSS.

Otra canción dedicada a Churchill fue "You're Driving Me Crazy" (Me estás volviendo loco) que fue cambiada a "The German's Are Driving Me Crazy" (Los alemanes me están volviendo loco), "Bye, bye blackbird" (Adiós pájaro negro) que fue convertida en "Bye, bye Empire" (Adiós Imperio).
Las nuevas letras de las canciones aludían repetidamente a los bienes materiales de los países anglosajones, dinero, joyas y demás riquezas materiales, haciendo hincapié en la falta de valores o sensibilidad social y moral de los gobernantes. Obviamente que si una persona tenía un pensamiento político contrario al del agraviado podía causar el efecto deseado, pero en caso contrario el resultado se revertía en contra de los alemanes. Muchas veces creaban versiones de las canciones populares aludiendo a temas diferentes, por ejemplo "Daisy", de acuerdo con el momento, el efecto propagandístico requerido y según las circunstancias políticas.

Antes de comenzar la guerra fue muy popular la canción "I'm sending you the Siegfried Line to hang your washing on" y la recompuesta "We're gonna hang out the washing on the siegfried line", que incluso después de la guerra fue causa de demandas por derechos de autoría. Otras como "Here we go again", "Kiss me good night seargent major", fueron muy populares también. No podía faltar una buena serie de canciones sobre la guerra submarina, sobre todo durante la primera mitad del conflicto cuando los U-Boots eran los dueños del Atlántico.

Pasado el punto de quiebre en la guerra, el período previo a la invasión de Normandía fue parte del repertorio de Charlie y su Orquesta. "I Double Dare You" fue recompuesta por Templin como "We double dare you to try and invade" una canción que terminaba con una sola frase: "Te estamos esperando". La Muralla del Atlántico (Atlantic Wall) estaba incluida junto a alusiones a las fuerzas que para entonces estaban concentrándose en Inglaterra (Calling Invasion Forces).

Atlantic Wall
To the cause and Germany:
We are looking forward to your landing days!
Germany is calling you: Everythin' will be perfect in
every way!
You will all be welcomed at the Atlantic Wall!
Yet in bonnie Stalags you like it the most!
When duty calls, when duty calls:
Don't forget that we are waiting for you!

Muchas otras canciones se dedicaron al comunismo y Stalin ("Hold Tight") y a los británicos cuando invadieron Francia ("Slumming on Park Avenue") y otras más y por supuesto no podía faltar la versión de "Lili Marlene".

Pero como esa música era transmitida por radio, también era escuchada en Alemania, los países ocupados y en las trincheras donde los soldados las tarareaban aunque no comprendieran bien la letra. Eso causaba algunos problemas de disciplina, pero al igual que ocurría con el jazz interpretado por otras orquestas, lo usual era que los mandos se hicieran los desentendidos para no afectar la moral de las tropas; eso solía ocurrir, especialmente después de 1943. La tropa al enterarse del mensaje contenido en los versos, los cuales generalmente estaban acompañados de comentarios y noticias, se mofaban del sarcasmo, que en muchos casos se aplicaba a las propias fuerzas y a las propias condiciones en que se encontraban.

Aparte de que el Jazz y el swing eran considerado "arte decadente, cuyas raíces se encontraban en la raza negra inferior de África", no pude negársele a "Charlie and his Orchestra" el talento musical de las composiciones, que en

nada se diferenciaban de cualquiera de las buenas bandas de jazz y swing de Chicago, Saint Louis, Nueva York o Londres; aún a pesar del inglés con fuerte acento germánico que empleaban los cantantes. Incluso los discos se vendieron en Europa y muchos de ellos cruzaban el canal y el Atlántico para ir a parar a los hogares de Gran Bretaña, Estados Unidos y hasta Latinoamérica.

El trabajo de Lutz Templin y Karl "Charlie" Schwedler fue muy reconocido por la cúpula del Nacionalsocialismo. Tanto von Ribbentrop como el Dr. Timmler apreciaron la labor de ambos artistas cuando fueron asignados al "Einsatzgruppe", von Ribbentrop incluso le pidió a Karl Schwedler una copia del disco "We Are Hanging Our Washings On The Siegfried Line".

Terminada la guerra, millones de discos fueron destruidos y se prohibió bajo pena de muerte (así como se lee) escuchar o poseer alguno de esos discos. Afortunadamente no todos hicieron caso a la orden, que meses después fue levantada.

La Guerra Fría

Después de la guerra el talento de Lutz Templin no fue desperdiciado. Fue llevado en 1946 para conformar la banda oficial de Radio Stuttgart. Tuvo dos espacios de 15 minutos a las 23:15 y 23:45 donde la banda de Lutz Templin tocaba swing para entretener a la población y especialmente a las tropas estadounidenses de ocupación. En 1946, Lutz Templin abría el programa con su canción característica "Modesty Is Not For You", seguida de "Night Over Havana", "Our Last Night Together", "Rio Grande" con otra característica que siempre usaba como cierre del programa. Para entonces eran grabaciones monofónicas usando las grabadoras de cinta inventadas en Alemania y que en 1946 ya ostentaban la patente estadounidense por ser botín de guerra. Entre otras canciones de la época de posguerra se encuentran "I'm always chasing rainbows", la rumba "Una Rosa" con título original en castellano y "Kiss the boys good bye".